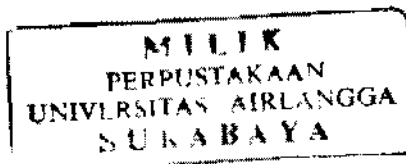


**PENGGUNAAN ANALISIS SWOT SEBAGAI SUATU  
DASAR DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN**  
"Studi Kasus pada Layanan C-Phone oleh Telkom Divre 5  
Jawa Timur"

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN



DIAJUKAN OLEH :  
**ERWIEN JAUHAR DWI IMAN PUTRA**  
No. Pokok : 049836257

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2002**

Surabaya...18..September..2002.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Prof. DR. Budiman Christiananta, MA, Phd



**SKRIPSI**

**PENGUNAAN ANALISIS SWOT SEBAGAI SUATU DASAR  
DALAM PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN**

**“Studi kasus pada pemasaran layanan CDMA-phone oleh  
PT Telkom Divre 5 Jawa Timur”**

**DIAJUKAN OLEH:**

**ERWIEN JAUHAR DWI IMAN PUTRA**

**No. Pokok: 049836257**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Prof. DR. BUDIMAN CHR. MA**

**TANGGAL..11 September 201**

**KETUA PROGRAM STUDY,**



**DR. AMIRUDDIN, S.E.**

**TANGGAL.....**

## ABSTRAKSI

Skripsi dengan judul “Penggunaan Analisis SWOT sebagai suatu dasar dalam perumusan strategi pemasaran “Studi Kasus pada Layanan C-Phone oleh Telkom Divre 5 Jawa Timur”, dibuat berdasarkan atas kondisi persaingan dalam bisnis jasa operator selular di Jawa Timur yang semakin kompetitif. Hingga saat ini Telkom C-Phone merupakan satu-satunya operator selular dengan Teknologi CDMA di Jawa Timur namun hal ini bukan berarti bahwa Telkom C-Phone dapat melakukan kegiatan usahanya tanpa menghadapi ancaman dalam kegiatan bisnisnya. Maraknya persaingan antar operator selular dengan teknologi GSM 900/1800, Ijin Frekwensi 1900 Mhz yang digunakan oleh Telkom C-Phone yang berakhir 2004 dari pemerintah, sempitnya area jangkauan pelayanan dan relatif mahalnya harga terminal C-phone merupakan beberapa hal yang dapat mengancam keberadaan dari layanan Telkom C-Phone di Jawa Timur.

Kenyataan ini jelas membuat para pembuat strategi dalam perusahaan dalam hal ini adalah jajaran manajemen dari Telkom C-Phone dituntut untuk mampu menghasilkan suatu strategi yang tidak hanya dapat memenangkan persaingan namun juga mampu untuk memberikan kepuasan yang optimal bagi pelanggan yang ada maupun perusahaan, dan untuk membuat strategi sebagaimana yang tersebut diatas maka para pembuat strategi haruslah memahami keadaan lingkungan *internal* dan *external* perusahaan dengan baik.

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui faktor faktor yang menjadi faktor Kunci strategis baik dari lingkungan internal maupun eksternal dari layanan Telkom C-Phone melalui analisis SWOT yang selanjutnya menjadi dasar dalam penempatan posisi strategis dari layanan Telkom C-Phone dalam *Internal dan External Matrik*, dimana *Grand Strategy*, *Generic Strategy*, strategi umum yang disarankan berdasarkan posisi dari Telkom C-Phone dalam IE Matrik merupakan dasar dalam pembuatan suatu strategi pemasaran dari layanan Telkom C-Phone dengan mempertimbangkan Visi, Misi dan tujuan dari Telkom C-Phone.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan melukiskan fakta secara faktual dan cermat.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa posisi dari Telkom C-Phone pada *Internal dan eksternal Matrik* berada pada sel II dimana *Grand strategy* yang disarankan untuk perusahaan yang berada pada sel ini adalah *Growth and build* dan *Generik Strategy* yang disarankan adalah Strategi *Intensif* yang diwujudkan dalam strategi utama yang meliputi : *Market Penetration Strategy*, *Product Development Strategy*, *Market Development Strategy*, dan *diversifikasi*

Mempertimbangkan *Grand Strategy*, *Generik strategy* dan Strategi umum berdasarkan posisi strategis Telkom C-Phone dalam IE matrik serta visi, misi dan tujuan dari Telkom C-Phone maka strategi pemasaran yang disarankan untuk Telkom C-Phone lebih diarahkan pada :

1. Penciptaan strategi produk terbaik yakni suatu strategi pemasaran yang dibangun berdasarkan kompetisi klasik, biaya rendah dan differensiasi. Fokus dari strategi ini terletak pada jasa yang ditawarkan oleh Telkom C-Phone dalam hal ini adalah jasa sambungan telepon wireles dengan teknologi CDMA.
2. Penciptaan Strategi solusi pelanggan dimana strategi ini dibangun berdasarkan penawaran produk atau jasa yang lebih lebar untuk memuaskan sebgaiian besar jika tidak semua kebutuhan pelanggan, dimana fokus dari strategi ini adalah nilai ekonomis pelanggan.